

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр			
Спеціальність		075 «Маркетинг»	Семестр	3			
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»	Тип дисципліни	нормативна			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	18	-	22	-	80

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1.Маркетинг 2. Поведінка споживачів 3. Групова динаміка та комунікації
Освітні компоненти для яких є базовою	1.Маркетингова політика 2.Стратегічний маркетинг 3.Міжнародний маркетинг. 4.Маркетинговий менеджмент
<b>Мета курсу:</b>	формувати та розвивати у студентів загальні і професійні компетентності у сфері маркетингу, які є необхідними для вирішення професійних завдань; вивчення системи, методів та алгоритмів маркетингових комунікацій та засвоєння зарубіжного досвіду в сфері стимулювання збуту товарів, послуг чи ідей.

#### Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p><b>ЗК 3.</b> Групова робота: здатність до командної роботи з урахуванням вимог дисципліни, планування та управління часом.</p> <p><b>ЗК 4.</b> Комунікативні навички: здатність до ефективної взаємодії з іншими людьми; до подання складної інформації у зрозумілий спосіб усно і письмово.</p> <p><b>ЗК 9.</b> Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.</p>	<p><b>ПП1.</b> Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою та комунікаційною політикою, товарорухом.</p> <p><b>ПП2.</b> Здатність оцінити економічну та маркетингову діяльність підприємства та окремих її складових (економічних та фінансових показників, склад та структуру асортименту товарів та послуг, ефективності цінової та комунікаційної політики, логістики тощо), знайти проблеми та запропонувати і економічно обґрунтовані шляхи їх вирішення.</p> <p><b>ПП11.</b> Здатність спілкуватися з нефаківцями, у т.ч. зі споживачами та іншими контрагентами, переконувати та розповсюджувати свої ідеї.</p> <p><b>ПП12.</b> Здатність до організації рекламного процесу, сприяння активізації споживачів, покупців і посередників.</p>

#### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

<b>ПРН 10.</b> Здатність розробляти заходи для стимулювання збуту; аналізувати результати збутової політики; рекламних кампаній та готувати презентації щодо маркетингової діяльності.
<b>ПРН 18.</b> Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ</b>			
Тема 1. Теоретичні основи комунікативних процесів в системі маркетингу <b>Знати:</b> основні теоретичні і методологічні положення концепції маркетингового управління компанією;	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p><b><u>Вміти:</u></b> застосовувати сучасні технології та методичні прийоми організації маркетингової діяльності.</p> <p><b><u>Формування компетенцій:</u></b>ЗК3, ЗК4, ЗК9, ПП1, ПП2, ПП11, ПП12.</p> <p><b><u>Результати навчання:</u></b>ПРН 10.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-5</p>	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
<p>Тема2. Складові комплексу маркетингових комунікацій</p> <p><b><u>Знати:</u></b> механізм взаємодії системи ІМК, принципи використання інтегрованих маркетингових комунікацій на практиці;</p> <p><b><u>Вміти</u></b> розраховувати ефективність маркетингових комунікацій, застосовувати на практиці різні концепції системи ІМК.</p> <p><b><u>Формування компетенцій:</u></b> ЗК4, ЗК9, ПП2, ПП11.</p> <p><b><u>Результати навчання:</u></b> ПРН18.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-5</p>	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач.
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач.
<p>Тема3. Зародження та основні етапи історичного розвитку маркетингових комунікацій</p> <p><b><u>Знати:</u></b> види реклами в стародавньому світі, еволюцію реклами з стародавніх часів до сьогодення.</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> використовувати отримані знання етапів розвитку маркетингових комунікацій при побудові комунікаційної політики підприємства</p> <p><b><u>Формування компетенцій:</u></b> ЗК4, ЗК9, ПП2, ПП11.</p> <p><b><u>Результати навчання:</u></b> ПРН18.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-5</p>	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема4. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій, її основні цілі та завдання.</p> <p><b><u>Знати:</u></b> функції інтегрованих маркетингових комунікацій, етапи розробки комунікаційної програми.</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> застосовувати принципи стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій.</p> <p><b><u>Формування компетенцій:</u></b> ЗК3, ЗК4, ЗК9, ПП1, ПП2, ПП11, ПП12.</p> <p><b><u>Результати навчання:</u></b> ПРН 10, ПРН18.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-5</p>	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №1 «Теоретичні основи маркетингової політики комунікацій».
<p>Тема 1. Теоретичні основи комунікативних процесів в системі маркетингу.</p> <p>Тема2. Складові комплексу маркетингових комунікацій.</p> <p>Тема3. Зародження та основні етапи історичного розвитку маркетингових комунікацій</p> <p>Тема4. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій, її основні цілі та завдання.</p>	Самостійна робота	1-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Алгоритм формування рекламної кампанії підприємства</li> <li>2. Основні риси та задачі рекламної діяльності</li> <li>3. Економічна роль каналів збуту.</li> <li>4. Основні заходи стимулювання збуту та типи цільового ринку.</li> </ol>
<b>Розділ 2. СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ</b>			

<p>Тема 5. Роль персонального продажу в комунікаційній діяльності підприємств.  <u>Знати:</u> схему функціонування інтегрованих маркетингових комунікацій  <u>Вміти:</u> надавати порівняльну характеристику специфічних рис проведення персональних продажів в різних країнах  <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК4, ЗК9, ПП1, ПП2, ПП11, ПП12.  <u>Результати навчання:</u> ПРН 10, ПРН18.  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5</p>	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 6. Функції та напрямки діяльності маркетингових зв'язків з громадськістю (P&amp;R).  <u>Знати:</u> методи та принципи маркетингових зв'язків з громадськістю.  <u>Вміти:</u> обирати оптимальні методи оцінки ефективності (P&amp;R).  <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК4, ЗК9, ПП2, ПП11, ПП12.  <u>Результати навчання:</u> ПРН18.  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5</p>	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 7. Стимулювання збуту як форма просування продукту  <u>Знати:</u> основні заходи стимулювання збуту та типи цільового ринку.  <u>Вміти:</u> аналізувати збутові витрати та розробляти програму збуту  <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК4, ЗК9, ПП1, ПП2, ПП11, ПП12..  <u>Результати навчання:</u> ПРН 10, ПРН18..  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5</p>	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 8. Основні завдання та види рекламної діяльності.  <u>Знати:</u> основні риси та задачі рекламної діяльності  <u>Вміти:</u> застосовувати класифікаційні системи поділу реклами за різними критеріями.  <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК9, ПП2, ПП11, ПП12..  <u>Результати навчання:</u> ПРН 10, ПРН18..  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5</p>	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 9. Розробка рекламної кампанії і розрахунок її ефективності  <u>Знати:</u> основні риси та задачі рекламної діяльності  <u>Вміти:</u> застосовувати основні методи оцінки ефективності складових комплексу маркетингових комунікацій  <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК9, ПП1, ПП2, ПП11, ПП12.  <u>Результати навчання:</u> ПРН 10, ПРН18.  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5</p>	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Практичне заняття 11	11	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Складові елементи маркетингових комунікацій»
<p>Тема 5. Роль персонального продажу в комунікаційній діяльності підприємств.  Тема 6. Функції та напрямки діяльності маркетингових зв'язків з громадськістю (P&amp;R).  Тема 7. Стимулювання збуту як форма просування продукту.  Тема 8. Основні завдання та види рекламної діяльності.  Тема 9. Розробка рекламної кампанії і розрахунок її ефективності.</p>	Самостійна робота	5-11	<ol style="list-style-type: none"> <li>Порівняльна характеристика специфічних рис проведення персональних продаж в різних країнах.</li> <li>Етапи розробки комунікаційної програми.</li> <li>Прогнозування обсягів та статей витрат рекламного бюджету.</li> <li>Методи оцінки ефективності. (P&amp;R).</li> <li>Роль персонального продажу в комунікаційній діяльності підприємств</li> </ol>

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕНН ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних, Інструменти комунікацій - Jira, Slack, Skype, сервіси створення графіку розміщення постів у соціальних мережах – Zoho Social, SMMplanner, сервіси проведення онлайн-конференцій – Webinar, Join.me
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle –<http://dl.dut.edu.ua>

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т — К. : КНЕУ, 2012. — 272с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 246 с.
3. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).
4. Психологія управління. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. – Підручник. – К. « Центр учбової літератури». - 2011.-664 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097>
5. Соціум. Документ. Комунікація: збірник наукових статей / ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – м. Переяслав-Хмельницький. Сайт - <http://sdc.phdpu.edu.ua/>

## ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

## КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<b>Робота на лекціях, у т.ч.:</b>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1,5 бали
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	<b>Робота на практичних заняттях, у т.ч.:</b>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)	за кожну презентацію максимум 10 балів
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали	

	• участь у діловій грі	за кожну участь 3 бали	
<b>РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)</b>	Модульний контроль № 1 «Теоретичні основи маркетингової політики комунікацій».	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
	Модульний контроль № 2 «Складові елементи маркетингових комунікацій»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
<b>Додаткова оцінка</b>	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри	
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ екзамен</b>	Метою екзамену є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. екзамен проходить у письмовій формі.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці	
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /затис в екзаменаційній відомості</b>
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включитись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
<b>64-74</b>	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-63</b>	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
<b>35-59</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не проставляється

1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>
------	--	--	--